

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1 Instagram**

Instagram adalah situs jejaring sosial yang diluncurkan pada tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Aplikasi ini mendorong pelanggan untuk mengambil foto, video, filter, caption, lalu menandai orang dan tempat. Namun pada tahun 2012, Instagram resmi dibeli dan dikelola oleh perusahaan lain yaitu Facebook (Kennedy & Godin, 2020).



Gambar 1.1 Logo Instagram

*Sumber : Instagram, 2022*

Berdasarkan data terbaru Facebook, Indonesia merupakan negara dengan pengguna Instagram yang paling banyak di kawasan Asia Pasifik. Pada tahun 2020, jumlah pengguna tersebut mencapai 63 juta jiwa (Riyanto, 2019). Disisi lain Instagram juga mengubah kehidupan orang dalam berinteraksi, termasuk diantaranya komunikasi dalam lingkup bisnis (Hasibuan, 2019).

#### **1.1.2 Twitter**



Gambar 1.2 Logo Twitter

*Sumber : Twitter, 2022*

Twitter merupakan layanan jejaring sosial yang memberikan akses pengiriman pesan singkat dengan maksimal 140 karakter. Pesan singkat tersebut bisa disebut tweet. Tweet bisa terdiri dari pesan teks, foto, maupun video (Puspita, 2020). Tweet telah menjadi platform komunikasi yang digunakan masyarakat Indonesia dengan memiliki total 554,7 juta orang pengguna. Pengguna tersebut secara aktif menggunakan layanan dengan rata-rata 58 juta tweet per harinya (Olofinlua, 2019).

### 1.1.3 Pesan Berisi Isu Pinjaman Online di Instagram dan Twitter

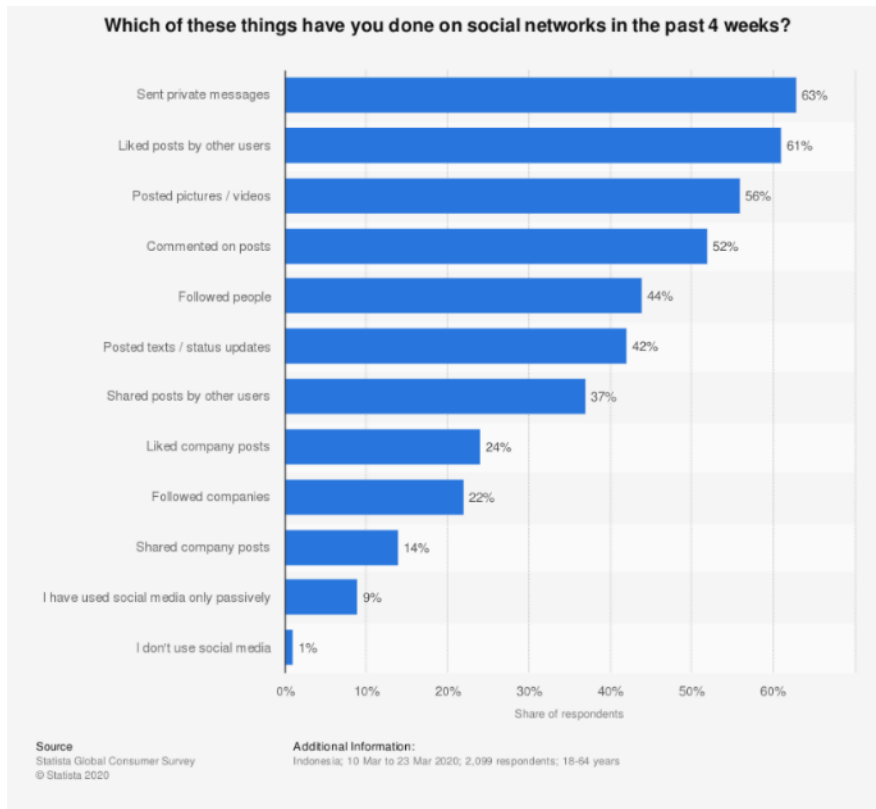
Sosial media telah menjadi konsumsi sehari-hari masyarakat Indonesia. Berdasarkan temuan riset *platform* manajemen sosial media HootSuite dan agensi *marketing* sosial We Are Social berjudul “*Global Digital Reports 2020*”, hampir 64 persen penduduk Indonesia terkoneksi dengan jaringan internet. Dengan demikian, dari total sementara jumlah penduduk Indonesia sekitar 272,1 juta, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta orang. Sebesar hampir 80 persen pengguna internet masyarakat Indonesia digunakan untuk sosial media (National & Pillars, n.d.).



Gambar 1.3 Pesan Pinjaman Online di Twitter

*Sumber* : Twitter, 2022

Peneliti menggunakan pesan yang ada di media sosial Instagram dan Twitter untuk objek penelitian. Pesan yang berisi isu pinjaman online yang akan digunakan sebagai sumber data penelitian.



Gambar 1.4 Aktivitas Sosial Media di Indonesia Tahun 2020

Sumber : Statista, 2020

Survei yang dilakukan oleh Alexander Kunst tanggal 7 Juli 2020 menunjukkan jenis aktivitas apa saja yang populer dilakukan oleh masyarakat Indonesia saat sedang menggunakan sosial media. Masyarakat Indonesia melakukan mengirim pesan pribadi, menyukai postingan pengguna lain, memposting gambar atau video, mengomentari postingan, mengikuti orang, memperbarui pesan teks atau status, membagikan pos ke pengguna lain, dan menyukai postingan (Kunst, n.d.).

#### 1.1.4 Sejarah *Financial Technology* di Indonesia

Perkembangan industri *fintech* di Indonesia tentunya tidak lepas dari lembaga pengawasan pemerintah. Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) merupakan dua lembaga pemerintah yang memiliki wewenang untuk memantau perkembangan industri *fintech*. Bank Indonesia berfokus untuk mengatur dan mengawasi para pelaku *fintech* di

bidang jasa keuangan pembayaran (*payment*), sedangkan OJK berfokus pada pelaku *fintech* di bidang jasa keuangan dan pendanaan (*lending*). Masing-masing lembaga memiliki regulasi yang wajib untuk diketahui dan dipahami oleh para pelaku *fintech* (Saputra, 2019).

Secara umum, industri *fintech* di Indonesia dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) kelompok. Pertama, sistem pembayaran (*payment*), berkembang sebagai alat pembayaran non tunai yang dapat digunakan untuk transaksi dengan *merchant*. Kedua, pendanaan/pembiayaan (*lending*), untuk pelaku *fintech* di bidang *lending* di Indonesia, di kelompokkan ke dalam beberapa bagian, yaitu: *Peer-to-peer lending* (P2P *Lending*), *platform* yang menghubungkan peminjam (debitur) dan orang yang meminjam dana (kreditur). *Balance sheet lending*, *platform* yang memberikan pinjaman langsung dari dana mereka sendiri. Penyedia pinjaman online (*online credit*), *platform* yang menyediakan fasilitas kredit untuk transaksi yang dilakukan secara online. Penyedia pinjaman online mekanisme gadai, *platform* yang memberikan pinjaman dana dengan mekanisme gadai. Ketiga, *fintech* lainnya, penyelenggara *platform fintech* di luar sistem pembayaran dan pendanaan. Pada kelompok *fintech* lainnya ini, penyelenggara *fintech* yang dapat dikatakan cukup berkembang adalah penyelenggara *fintech* di bidang *crowdfunding* dan *digital banking* (Setiadi, 2019).

Pinjaman online menawarkan beberapa jenis kredit. Seiring kebutuhan konsumen yang berbeda-beda. Jenis kredit yang umum ditawarkan antara lain yaitu dana tunai, cicilan, dan pinjaman usaha (Quiserto, n.d.).

#### **1.1.5 Daftar *Financial Technology* Legal dan Ilegal**

Industri *financial technology* di Indonesia khususnya di bidang *peer to peer lending* atau pinjaman online terbagi menjadi dua kelompok yaitu pinjaman online legal dan pinjaman online ilegal. Industri pinjaman online legal merupakan industri yang sudah di beri izin oleh OJK (Otoritas Jasa

Keuangan) yang merupakan lembaga pemberi izin suatu perusahaan dibidang *financial*, sedangkan industri pinjaman online ilegal merupakan industri yang belum mendapatkan izin untuk beroperasi dalam pemberian pinjaman. Berikut beberapa contoh *platform* dari industri pinjaman online legal dan ilegal yang ada di Indonesia.

**Tabel 1.1 Perusahaan Pinjaman Online Legal**

No	Nama Perusahaan	Surat Tanda Berizin/Terdaftar	Tanggal
1.	Danamas	KEP-49/D.05/2017	06 Juli 2017
2.	investree	KEP-45/D.05/2019	13 Mei 2019
3.	amartha	KEP -46/D.05/2019	13 Mei 2019
4.	DOMPET Kilat	KEP -48/D.05/2019	13 Mei 2019
5.	KIMO	KEP -49/D.05/2019	13 Mei 2019

*Sumber* : Data Olahan Penulis, 2022

**Tabel 1.2 Perusahaan Pinjaman Online Ilegal**

No	Nama Perusahaan	Nama Perusahaan	Email/Alamat
1.	Bunga Dompot	Offered by Tommie Bowen	Mariss63906@gmail.com
2.	Ayo Credo	Offered by Mariela Sofia	angitmembiru4@gmail.com
3.	Bandar Pinjaman	Offered by gtdeyo player	Wisma 46 Kota BNI, Lt 15 Jl. Jend. Sudirman Kav. 1 Jakarta Pusat

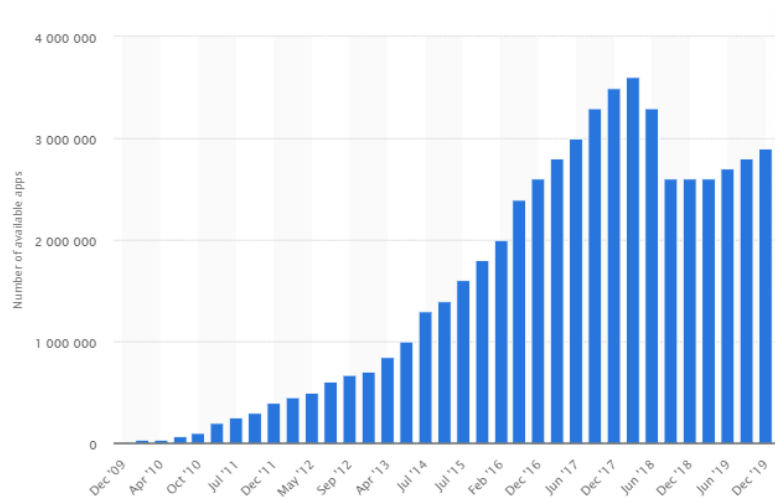
4.	BantuKi	Offered by Audra Manu	Jl Agave Raya Blok A.2 No.38 Kedoya Selatan Kebon Jeruk Jakarta Barat, DKI Jakarta
5.	Boxbox	Offered by Kandra Dini	davidparker1697 @g mail.com

*Sumber : Data Olah Penulis, 2022*

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

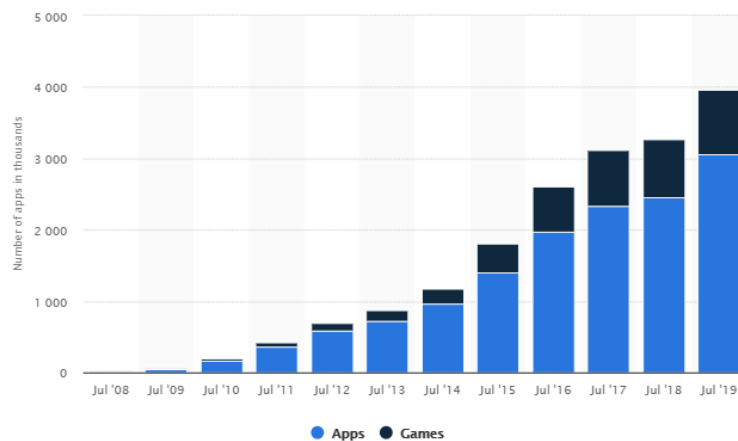
Perkembangan internet dan *smartphone* sudah terbukti berhasil menjadi stimulan dalam perubahan perilaku konsumen online era digital. Faktor lain yang menyebabkan perubahan perilaku konsumen online era digital yaitu harga *smartphone* dan akses internet yang semakin terjangkau. Sehingga mengakibatkan terciptanya pasar baru yang masif. Dengan perkembangan teknologi digital yang begitu pesat mengakibatkan banyak aplikasi yang diunduh via *smartphone*.

Aplikasi yang tersedia secara mudah di *smartphone* mengakibatkan antusias masyarakat untuk mencoba menggunakan teknologi digital semakin tinggi. Banyak *developer* dari pihak perusahaan pinjaman online yang mendaftarkan aplikasinya di *play store* dan *app store*. Mulai dari aplikasi legal hingga aplikasi ilegal semuanya ada dalam *play store* dan *app store*. Jumlah aplikasi pada google play store android mengalami kenaikan tertinggi pada bulan Desember tahun 2017 hingga bulan Januari tahun 2018. Jumlah kenaikannya mencapai 3 juta, sedangkan pada app store jumlah kenaikan terjadi pada bulan Juli tahun 2019.



Gambar 1.5 Jumlah Aplikasi Pada Google Play Store | Android

Sumber : Statista, 2021



Gambar 1.6 Jumlah Aplikasi Pada App Store | iOS

Sumber : Statista, 2021

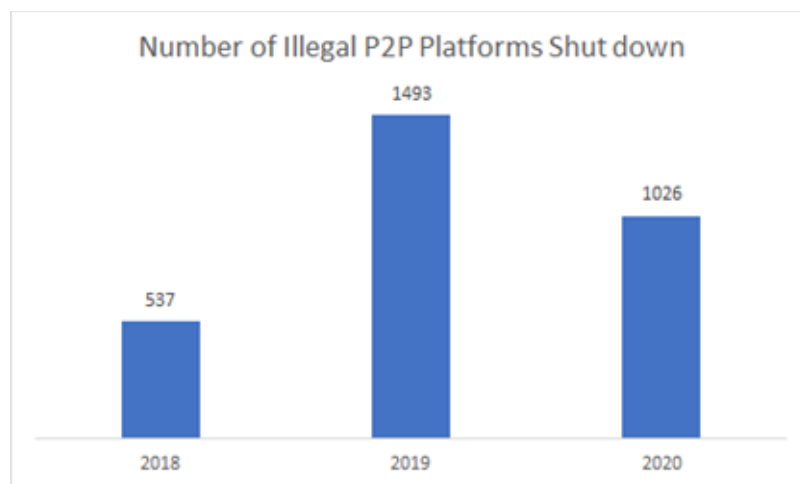
Data dalam waktu 5 tahun terakhir menunjukkan penambahan jumlah aplikasi pada masing-masing *platform* pinjaman online melonjak drastis. Mulai dari promosi, hingga pemberian layanan gratis juga mereka hadirkan. Fungsinya untuk memikat para konsumen online untuk menggunakan aplikasi mereka.

Perubahan perilaku konsumen online era digital terjadi karena adanya faktor internal dan external. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Soegesty et al., 2020 menunjukkan empat variabel yang secara signifikan mempengaruhi perubahan perilaku konsumen yaitu *bedonic*

*motivation, social influence, effort expectancy, dan performance expectancy.*

Aturan pembatasan jarak sosial yang berlaku akibat pandemi Covid-19 telah mempengaruhi konsumen dalam semua aspek kehidupan, salah satu aspek yang terpengaruh yaitu aspek pendanaan. Pada situasi pandemi masyarakat tetap membutuhkan dana. Pinjaman online menjadi jalan pintas masyarakat dalam menghadapi krisis ekonomi di tengah pandemi Covid-19. Hadirnya perusahaan *peer to peer lending* (P2P) sebagai penyedia jasa pinjam meminjam uang melalui jaringan internet di Indonesia diharapkan menjadi alternatif pendanaan bagi masyarakat (Purba, 2020).

*Fintech peer to peer lending* atau pinjaman online mulai berkembang di Indonesia pada tahun 2016. Pada saat itu pinjaman online lebih sering digunakan untuk membantu UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah. Saat tahun 2018 di Indonesia banyak ditemukan *startup* pinjaman online ilegal. Kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan pinjaman dengan cepat telah dimanfaatkan oleh pelaku pinjaman online ilegal.

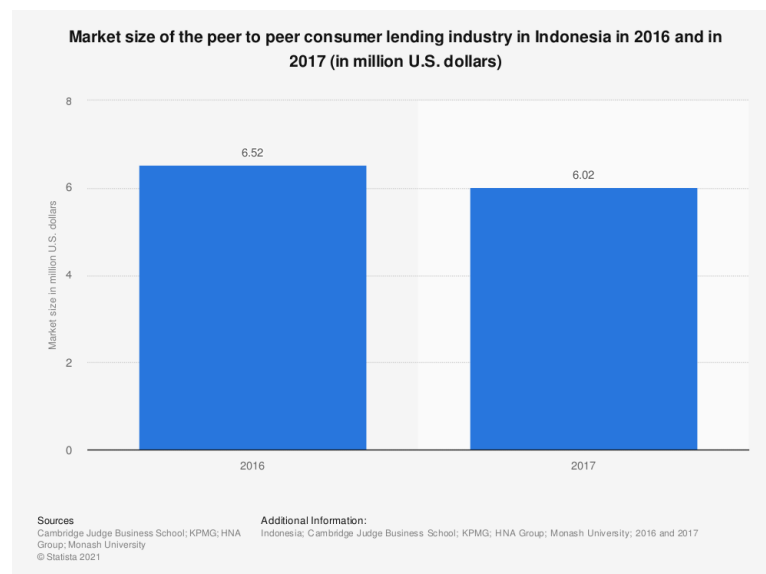


Gambar 1.7 *Number of illegal P2P Platforms Shutdown*

*Sumber : Data Internal OJK*



Gambar 1.7 menjelaskan jumlah *platform* pinjaman online ilegal yang mengalami penutupan. Penutupan *platform* pinjaman online ilegal dilakukan dari tahun 2018 sampai 2020 berdasarkan data internal OJK. Pada tahun 2018 jumlah *platform* pinjaman online ilegal yang ditutup sebanyak 537. Pada tahun 2019 jumlah *platform* pinjaman online yang ditutup sebanyak 1.493. Kemudian pada tahun 2020 jumlah *platform* pinjaman online yang ditutup sebanyak 1.026 perusahaan.



Gambar 1.8 Ukuran Pasar Industri Pinjaman Online di Indonesia pada Tahun 2017

Sumber : Statista, 2022

Perusahaan pinjaman online atau *peer to peer lending* memiliki peluang besar untuk memasuki pasar di Indonesia. Potensi ukuran pasar dan target industri pinjaman online di Indonesia masih cukup besar di karena Indonesia memiliki infastruktur telekomunikasi atau internet yang terus berkembang setiap harinya. Beberapa tahun ke depan peluang pertumbuhan signifikan bagi industri pinjaman online masih sangat besar (Sianipar, n.d.). Gambar 1.8 menunjukkan jumlah ukuran pasar *peer to peer lending* atau pinjaman online di Indonesia. Jumlah ukuran pinjaman online di tahun 2016 sebanyak 6,52 juta dolar AS, sedangkan di tahun 2017 jumlah ukuran pasar pinjaman online di Indonesia 6,02 juta dolar AS.



Gambar 1.9 Grafik Korban Pinjaman Online di Indonesia

Sumber : Law Justice, Portal Berita Investigasi







Layanan *fintech lending* ilegal masih marak dan semakin beragam di Indonesia. Banyak laporan yang masuk terkait pinjaman online ilegal. Dalam gambar 1.9 dijelaskan bahwa korban pinjaman online di Indonesia sudah tersebar ke beberapa provinsi antara lain DKI Jakarta, Jawa Barat, Banten, Kalimantan Timur, Jawa Tengah, Bali, Sulawesi Utara, dan provinsi lainnya.

Sejak tahun 2018 LBH (Lembaga Bantuan Hukum) Jakarta menerima pengaduan setidaknya 283 korban pengguna aplikasi *peer to peer lending* atau pinjaman online. Korban yang mengadu ke LBH berasal dari berbagai latar belakang dan umumnya mengeluarkan masalah antara lain. Satu, penagihan utang dilakukan dengan cara memermalukan, mengancam bahkan dalam bentuk pelecehan seksual. Kedua, penagihan utang dilakukan kepada seluruh nomor kontak yang ada di ponsel peminjam. Ketiga bunga pinjaman dan denda yang diterapkan tidak terbatas. Keempat, Adanya pengambilan data pribadi di telepon seluler kosumen/peminjam. Kelima, penagihan utang dilakukan sebelum waktunya dan tanpa kenal waktu. Keenam, nomor pengaduan pihak penyelenggara pinjaman online yang tidak selalu tersedia. Ketujuh, alamat perusahaan penyelenggara pinjaman online tidak jelas. Kedelapan, aplikasi pinjaman

online yang berganti nama tanpa pemberitahuan kepada konsumen selama sehari-hari namun bunga pinjaman selama proses perubahan nama tersebut terus berjalan (Maskuri, 2018).

Pemerintah Indonesia melakukan pencegahan dalam penyebaran pinjaman online ilegal dengan merilis seperangkat aturan yang harus dipatuhi oleh pemberi pinjaman *peer to peer lending*. Perusahaan *peer to peer lending* di Indonesia diatur dalam peraturan OJK Nomor 77/POJK.01/2016 tentang pemberian pinjaman berbasis teknologi informasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Juniar et al., pada tahun 2020 dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen *Peer To Peer Lending* Atas Perbuatan Melawan Hukum Yang Dilakukan Oleh *Debt Collector*” menghasilkan temuan berupa peraturan terkait dengan penggunaan *debt collector* belum di atur oleh Otoritas Jasa Keuangan di dalam suatu Pengaturan Otoritas Jasa Keuangan sehingga menimbulkan ketidak pastian hukum bagi konsumen *peer to peer lending*.

**Tabel 1.3 Contoh Keluhan Pelanggan Pinjaman Online**

Komentar Twitter	Komentar Instagram
	
	
	



Sumber : Data Olahan Penulis, 2022

Pada tabel 1.3 menunjukkan jumlah pesan yang berisi komentar negatif dari *customer* pinjaman online. Penelitian ini menggunakan data yang berasal dari UCG (*User Generated Content*) sosial media Instagram dan Twitter. Akibat perilaku negatif yang dilakukan oleh pihak perusahaan pinjaman online menurunkan tingkat kepercayaan konsumen (*customer trust*) masyarakat Indonesia terhadap layanan pinjaman online. Turunnya tingkat kepercayaan konsumen mengakibatkan perubahan perilaku konsumen terhadap perusahaan pinjaman online. Analisis semantik digunakan untuk mengetahui *behaviour* pihak perusahaan pinjaman online. Peneliti menggunakan cabang ilmu komputer yaitu NLP (*Natural Language Processing*) untuk membantu melakukan analisis semantik.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat dilakukan penelitian mengenai “*Analisis Semantik Pesan Berisi Isu Pinjaman Online di Instagram dan Twitter*”. Dalam penelitian ini akan menghasilkan informasi *behaviour* perusahaan pinjaman online yang dilakukan dari hasil analisis semantik dan diharapkan dapat membantu pihak-pihak terkait dalam menyikapi keberadaan *fintech* terkhusus *peer to peer lending* atau pinjaman online yang tersebar di Indonesia.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang di uraikan di atas dan fenomena *customer trust* masyarakat Indonesia yang mulai turun terhadap pinjaman online, dibuktikan dari banyaknya masyarakat yang menyampaikan *feedback* melalui *social media* khususnya twitter dan instagram yang isinya keluhan customer pinjaman online. Latar belakang dan fenomena tersebut peneliti gunakan untuk mengetahui analisis semantik, maka dapat diambil rumusan masalah yang akan menjadi pembahasan penelitian ini :

1. Bagaimana *semantic analysis* pada pesan berisi isu pinjaman online di media sosial Instagram dan Twitter ?
2. Bagaimana *mapping* dimensi *customer trust* dari hasil *semantic analysis* ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian tugas akhir iniantara lain yaitu :

1. Mengetahui *semantic analysis* pada pesan berisi isu pinjaman online di media sosial Instagram dan Twitter.
2. Mengetahui *mapping* dimensi *customer trust* dari hasil *semantic analysis*.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Hasil dari penelitian mengenai *semantic analysis* terhadap pesan berisi isu pinjaman online di sosial media Instagram dan Twitter diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi baru kepada *customer*, sehingga *customer* bisa membedakan pesan pinjaman online ilegal dan legal berdasarkan hasil dari *semantic analysis*. Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber yang bernilai dan bermanfaat untuk

menjadi bahan referensi pada penelitian selanjutnya. Khususnya penelitian dalam bidang *semantic analysis*, *customer behaviour*, dan *financial technology*.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi perusahaan penyelenggara *peer to peer lending* di Indonesia untuk memahami *sentiment customer* lebih dalam pada penggunaan layanan teknologi finansial khususnya pinjaman online yang mereka tawarkan. Penelitian ini juga diharapkan digunakan untuk meninjau *performance* perusahaan dalam dimensi *customer trust*, sehingga dapat digunakan untuk bahan evaluasi dalam mencari solusi atau untuk membantu dalam meraih tujuan-tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Untuk memberikan gambaran dan kerangka yang jelas mengenai pokok bahasan setiap bab dalam penelitian ini, maka diperlukan sistematika penulisan. Berikut ini adalah sistematika penulisan pada masing-masing bab.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab *satu* pendahuluan, berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab *dua* tinjauan pustaka, menjelaskan tentang tinjauan pustaka dan landasan teori yang berhubungan dengan topik yang akan di bahas dalam penelitian ini.

### **BAB III METODE PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab *tiga* metode penelitian, membahas mengenai metode yang dilakukan dan digunakan dalam menyelesaikan penelitian ini.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab *empat* hasil penelitian dan pembahasan, menjelaskan hasil dari penelitian yang dicapai. Dari proses pengambilan data hingga hasil yang diperoleh dari penelitian ini.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab *lima* kesimpulan dan saran, menjelaskan kesimpulan yang dihasilkan serta saran yang diberikan berdasarkan hasil yang telah dicapai sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan serta untuk perkembangan penelitian-penelitian selanjutnya.